¿Hay concentración en Internet en América Latina?

El caso Chile

OBSERVACOM
Observatorio Latinoamericano
de Regulación de Medios y Convergencia

FRIEDRICH EBERT STIFTUNG

OBSERVACOM
Observatorio Latinoamericano
de Regulación de Medios y Convergencia

Créditos

Autora **Patricia Peña Miranda**
Académica, investigadora coordinadora Diplomado en Comunicación Digital del Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile. Profesora de la Escuela de Periodismo de la Universidad de La Frontera, Chile. Miembro del Directorio Fundación Datos Protegidos y del capítulo Chile de Internet Society. Investigadora asociada de OBSERVACOM

Es una publicación de **OBSERVACOM**
Observatorio Latinoamericano de Regulación,
Medios y Convergencia
Gral. César Díaz 1239 / 101
Montevideo, Uruguay
www.observacom.org

Con el apoyo de **Fundación Friedrich Ebert en Chile**
Hernando de Aguirre 1320 I Providencia I
Santiago de Chile.
www.fes-chile.org

BY NC SA

Sobre licencia CC: https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/424842/mod_resource/content/1/licencias_creative_commons.html

Indicadores sobre la concentración en Internet

Hasta no hace mucho, la pregunta ¿existe concentración en Internet? Parecía descabellada. Internet era el paradigma del espacio de información y comunicación abierto, libre y descentralizado. La pregunta era im-pertinente.

Sin embargo, desde Europa comenzó a plantearse otra perspectiva del asunto, con debates y hasta juicios por eventuales situaciones de monopolios y/o abuso de posición dominantes de algunas empresas de Internet. Más recientemente, desde Estados Unidos, muchas voces se han levantado contra la concentración de unas pocas empresas en determinados mercados de Internet.

Desde hace años OBSERVACOM viene presentando esta preocupación a partir de evidencias sustantivas respecto al dominio de ciertas corporaciones del entorno digital a nivel global, pero ha decidido analizar más de cerca cómo se expresa esa concentración en los países de América Latina y mostrarlo, de una manera clara y concreta.

"Internet" no es algo único ni homogéneo, por lo que decidimos mostrar lo que sucede en función de las capas en que puede analizarse la red de redes. Así, el documento tiene indicadores que reflejan la situación de la infraestructura de acceso a Internet, así como otros que se orientan a la capa de aplicaciones y plataformas, como a los contenidos publicados en la red.

Además, como OBSERVACOM trabaja estos temas desde una perspectiva de derechos humanos y, en especial desde el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, y no de competencia económica, hemos elegido indicadores para analizar el dominio de ciertas empresas en áreas claves para permitir el ejercicio de estos derechos.

Así, hemos incluido indicadores que reflejan reparto de mercado (cantidad de conexiones a Internet fijo o móvil), uso de aplicaciones y plataformas (navegadores, redes sociales, buscadores y mensajería instantánea) así como indicadores sobre las formas de acceso a información y las fuentes de noticias en Internet.

Ojalá esta herramienta permita mostrar con claridad lo que está pasando en materia de concentración en Internet en su país. Y que eso ayude a tomar conciencia y abordar un problema que no es sólo económico, sino también para la plena vigencia de los derechos humanos y gobernanza democrática en un entorno plural y diverso.

OBSERVACOM

ÍNDICE

Descripción de los indicadores utilizados 5

Concentración en Internet en Chile 7

IndIcadores

Acceso a Internet fija 8
Acceso a Internet móvil 10
Uso de navegadores 11
Uso de motores de búsqueda 12
Uso de redes sociales 13
Uso de mensajería instantánea 15
Acceso a noticias a través Internet 16
Fuentes de noticias en Internet 17

Conclusiones del informe 18

Análisis 19

Una Internet concentrada, en tiempos de crisis
Por Patricia Peña Miranda

Apuntes Metodológicos 23

Consideraciones sobre la construcción de nuestros indicadores

Ficha Técnica 25

Fuentes de datos
Fuentes bibliográficas

Descripción de los indicadores utilizados

Este informe utiliza una serie de 8 indicadores que se aplicarán a varios países de América Latina para identificar si existe un escenario de concentración en Internet observando la situación en diversas capas de Internet: infraestructura, servicios y aplicaciones, y de contenidos.

1 Acceso a Internet fija

Utilizamos el índice de concentración de concentración CR4[1] para reflejar el peso de las principales cuatro empresas en el mercado de servicios de acceso a Internet (ISPs) en el sector "fijo residencial". Estos datos refieren a la cantidad de contratos de conectividad en hogares que tiene cada empresa, sin importar la tecnología utilizada para proveer ese servicio de acceso fijo.[2]

2 Acceso a Internet móvil

Utilizamos el índice de concentración de concentración CR4[3] para reflejar el peso de las principales cuatro empresas en el mercado de servicios de acceso a Internet (ISPs) en el sector "móvil".[4] Estos datos refieren a la cantidad de contratos de conectividad de banda ancha móvil, sin importar la tecnología utilizada para proveer ese servicio de acceso a Internet.[5]

1. El índice CR o Concentration Ratio (tasa de concentración) es un modelo de estudio de la concentración existente en los mercados. Refleja porcentualmente la situación de los mismos en términos de competencia atendiendo a la situación e importancia de las dos, tres o cuatro mayores empresas que operen en el mismo (lo que se denomina CR2, CR3 o CR4).
Este índice, ayuda a identificar si el mercado analizado está muy concentrado en unas pocas firmas o empresas que se reparten su control o es más competitivo y repartido entre un número mayor de participantes. Un ejemplo de Índice CR4 es la suma del porcentaje de participación de las 4 empresas más grandes en el mercado.

2. Estos servicios incluyen tecnologías de soporte físico (tales como ADSL, HFC o fibra óptica) e inalámbricas terrestres.

3. El índice CR o Concentration Ratio (tasa de concentración) es un modelo de estudio de la concentración existente en los mercados. Refleja porcentualmente la situación de los mismos en términos de competencia atendiendo a la situación e importancia de las dos, tres o cuatro mayores empresas que operen en el mismo (lo que se denomina CR2, CR3 o CR4).
Este índice, ayuda a identificar si el mercado analizado está muy concentrado en unas pocas firmas o empresas que se reparten su control o es más competitivo y repartido entre un número mayor de participantes. Un ejemplo de Índice CR4 es la suma del porcentaje de participación de las 4 empresas más grandes en el mercado.

4. En general, las empresas que ofrecen servicios de Internet móvil son las mismas que ofrecen conectividad Internet fija (residencial).

5. De segunda generación o 2G (como GSM), 3G o 4G (como la tecnología LTE).

3 Uso de navegadores web

Este indicador revela el % de usuarios de Internet que utilizan un determinado navegador web en el país. Este indicador se construye a partir del porcentaje de usuarios y usuarias que usan alguno de los programas o software para navegar en la web, ya sea desde un dispositivo móvil, un computador o una laptop.

4 Uso de motores de búsqueda[6]

Este indicador revela el % del total de usuarios de Internet de un país que utilizan motores de búsqueda disponibles en Internet para acceder a contenidos en la red, a través de cualquier dispositivo.

5 Uso de redes sociales

Este indicador revela el % del total de usuarios[7] de distintas plataformas de redes sociales accesibles en el país a través de Internet. El total no dará 100% ya que los usuarios utilizan diversas plataformas a la misma vez.[8]

6 Uso de mensajería instantánea

Este indicador revela el % de total de usuarios de Internet de un país que utilizan uno o varios servicios de mensajería instantánea de los disponibles en la red.[9]

7 Acceso a noticias en Internet

Este indicador revela el % de uso de servicios, plataformas y aplicaciones utilizadas por los/as internautas de un país para acceder a noticias o contenidos periodísticos – informativos en Internet (incluye sitios web, redes sociales, newsletters enviados o recibidos vía correo electrónico, motores de búsqueda que especifican las búsquedas en las categorías de noticas, aplicaciones de teléfonos móviles, entre otras).

8 Fuentes de noticias por Internet

Este indicador revela el % de uso de servicios, páginas, sitios web o aplicaciones de medios de comunicación identificados como tales[10] en tanto fuentes de noticias e información periodística utilizadas por las personas usuarias de Internet en un país, sin importar el soporte a través del cual acceden (indicador 7).

6. Los "buscadores" o motores de búsqueda son sistemas informáticos para buscar y acceder a contenidos (de cualquier tipo y formato) almacenados en algún servidor web, gracias a sus "spiders" o rastreadores que tienen como función inspeccionar páginas y sitios web de manera automatizada y metódica.

7. Este indicador da cuenta de cantidad de usuarios de redes sociales, sin discriminar si son cuentas activas en un determinado periodo de tiempo.

8. Los datos surgen de estudios o surveys que tienen como base consultas a una población o muestra de población del país, así como de datos entregados por empresas especializadas en tráfico y analítica web.

9. Para su construcción se toma como base estudios o encuestas realizadas a una población o muestra de población del país, sobre su uso de Internet y la web, pero también los datos entregados por empresas especializadas en tráfico y analítica web.

10. Sean "tradicionales" o medios nativos digitales.

SERIE PAÍSES

Concentración en Internet en Chile

OBSERVACOM

INDICADOR 1

Índice de concentración CR4 en el mercado de conexión fija a Internet

Acceso a Internet fija

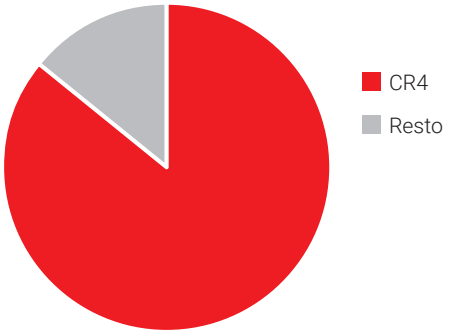
De acuerdo a los datos del Informe Sector Telecomunicaciones en Chile SUBTEL para 2020 el CR4 en el acceso de internet fijo está en 85,8%, si se suma la participación de Movistar, VTR, Claro y GTD.

Sin embargo, el mercado de acceso a Internet fija residencial en Chile ha estado fuertemente dominado por sólo dos empresas desde inicio de los años 2000, por lo que es un índice CR2 ya mostraría un alto nivel de concentración. Movistar (Telefónica de España) y VTR (propiedad de Liberty Global Inc.), tienen acumulan el 64,7% de las conexiones fijas en el sector de banda ancha fija (con un 26,5% y un 38,2%, respectivamente).[11]

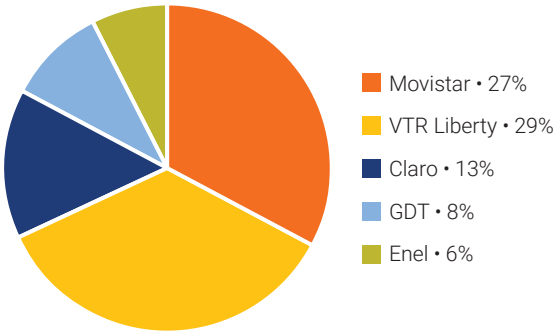
Para llegar a este índice, a las empresas mencionadas, hay que sumar los contratos de Claro (América Móvil de México) con un 13,2%, y el Grupo GTD casi un con 8% del total de conexiones fijas. La quinta empresa del sector es la chilena Entel, con apenas tiene el 6,2% de participación en el mercado.

Un detalle importante de observar, tiene que ver con la tecnología del servicio de conexión que ofrecen estas empresas, porque da cuenta también de la calidad de velocidad de acceso a Internet de los planes contratados. La tecnología de fibra híbrida coaxial o HFC (mezcla de cable y fibra óptica) tiende a ser una velocidad menos óptima, en la medida que la velocidad de la red se reparte entre varios clientes en un sector residencial (casas en una misma calle, departamentos de un edificio, etc.), mientras que la fibra óptica llega directo al hogar (FTTH).

Índice de concentración CR4



Distribución operadores de mercado



11. Desde marzo de 2016 VTR supera a Movistar en conexiones fijas. VTR presentó un crecimiento en los últimos 12 meses para el período marzo 2019- marzo 2020 de 4,6% mientras que Movistar bajó en un 8,2% en igual período Informe Trimestral de Telecomunicaciones – Primer Trimestre 2020, Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile-SUBTEL, disponible en https://www.SUBTEL.gob.cl/wp-content/uploads/2020/06/PPT_Series_MARZO_2020_V1.pptx

Según el tipo de tecnología ofrecida, las empresas dominantes varían:

- Un 52,8% de los contratos de conexión a Internet fija en Chile se ofrece a través de la tecnología de fibra híbrida coaxial (HFC), segmento donde el 96,5% corresponde solamente a las empresas VTR (72,3%) y Claro (24,2%). También se destaca que este tipo de servicio es más frecuente en las zonas norte y sur del país.
- Los contratos de conexión a Internet con tecnología de fibra óptica al hogar representan el 30,0% del total de conexiones fijas, donde las dos primeras empresas concentran el 79,2%: Movistar tiene el 50% del mercado FTTH, mientras el grupo GTD tiene el 23%.
- Los contratos de conexión a Internet con tecnología ADSL representan el 10,1% de los contratos. En este segmento, hay una sola empresa dominante: Movistar, con una participación del 87%.

INDICADOR

2

Índice de concentración CR4 en el mercado de conexión a Internet móvil

Acceso a Internet móvil

Como ocurre en la mayor parte del mundo y también en América Latina, una tendencia creciente es que el acceso a Internet ocurra a través de servicios móviles. Chile no es la excepción. De acuerdo al último Informe Trimestral del Sector Telecomunicaciones de la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile – SUBTEL (2020) los accesos a Internet móvil vía smartphones aumentaron un 2,5% en el período marzo 2019 - marzo 2020.

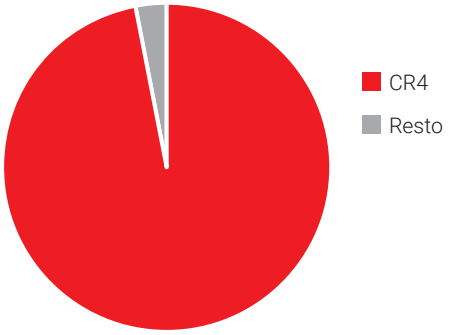
En Chile, también como en otros países de la región, hay más teléfonos móviles que habitantes, estimándose que hay de 25 millones de estos dispositivos para una población de unos 19 millones.

El indicador CR4 de participación de mercado en los servicios de Internet móvil es cercano al 100%: 97,3%. Lo integran las empresas Entel, Movistar, Claro y Wom, operadores de telecomunicaciones que cuentan con infraestructura de redes propias.

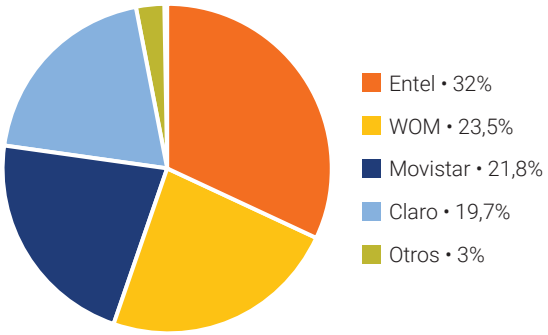
El Grupo Entel es el primer operador en este mercado, con una participación del 32,2%, seguido muy de cerca por Wom, con el 23,6%, Movistar Chile, con el 21,8% y Claro con el 19,7% del mercado.

- Entel es controlada por Inversiones Altel Limitada filial del conglomerado Inversiones Almendral, a su vez controlado por el Grupo Matte (uno de los principales grupos económicos de Chile, que también tiene presencia en Perú).
- Movistar es el nombre comercial de la empresa Telefónica Móviles Chile S.A, filial de la española Telefónica.

Índice de concentración CR4



Distribución operadores de mercado



- Claro Chile es la filial nacional de la empresa controlado por América Móvil, cuyo propietario es Carlos Slim, con presencia en más de 18 países.
- Wom pertenece al fondo de inversión británico Novator Partners LLP y su socio local, Phoenix One. Inició operaciones en julio de 2015 tras la compra de la compañía de telecomunicaciones Nextel Chile.

INDICADOR

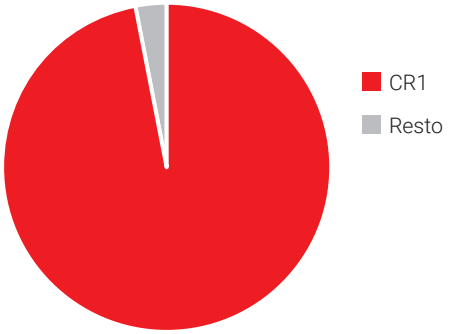
3

Porcentaje de uso de navegadores web

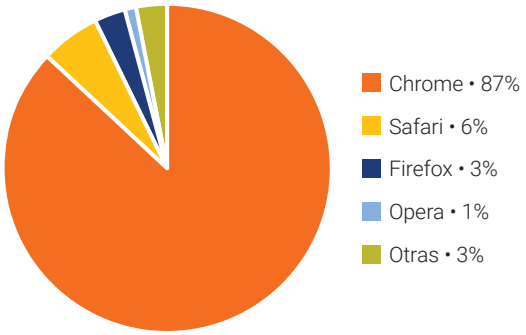
Uso de navegadores

Para el período junio 2019 – junio 2020 se observa que el navegador más utilizado en Chile es Chrome, de la empresa Alphabet/ Google (80 %), es decir, usado por más de 3 de cada 4 internautas chilenos/as. Muy por debajo se encuentran los navegadores Safari (9%), Firefox (3%) y Opera (1,7%).[12]

Concentración en uso de navegadores



Distribución plataformas de navegación



12. Estos datos se obtuvieron en la plataforma web Global Stats de Statscounter.com sobre Browser Market Share disponible para Chile https://gs.statcounter.com/browser-market-share/all/chile para el período junio 2019-junio 2020. Statscounter.com es una empresa y servicio online especializado en tráfico y analítica web focalizado en negocios y marketing digital.

INDICADOR

4

Porcentaje de total de usuarios de motores de búsqueda

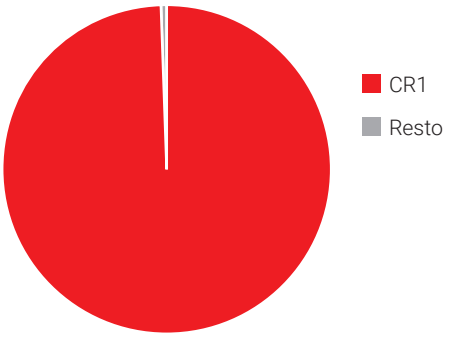
Uso de motores de búsqueda

A pesar que existen diversos motores de búsqueda disponibles en Internet, la empresa Alphabet/Google es monopólica en estos servicios de Internet. La empresa norteamericana es dueña del buscador que utilizan casi la totalidad de internautas en Chile. Según los datos disponibles para el período junio 2019-junio 2020, el 98,11 % de las personas que buscaron información en Internet a través de estas plataformas utilizaron el servicio de Google.

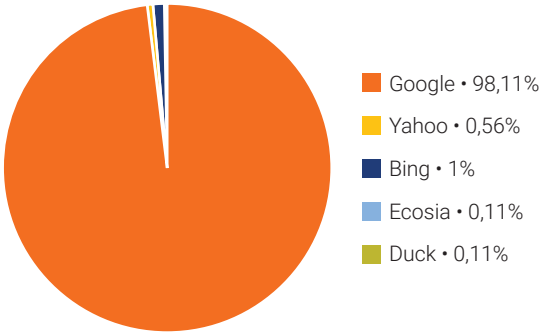
Mucho más lejos se encuentran otros motores de búsqueda como Bing (1,08), Yahoo! (0,56), Ecosia (0,11) y Duck Duck Go (0,11).[13]

De la misma manera, aunque con valores un poco menores, la IX Encuesta de Acceso y Uso de Internet de SUBTEL (2018) ubica el uso de Google por sobre el 80% en todos los tramos etáreos.

Concentración en uso de buscadores



Distribución motores de búsqueda



13. https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/chile

INDICADOR

5

Porcentaje del total de usuarios de redes sociales

Uso de redes sociales

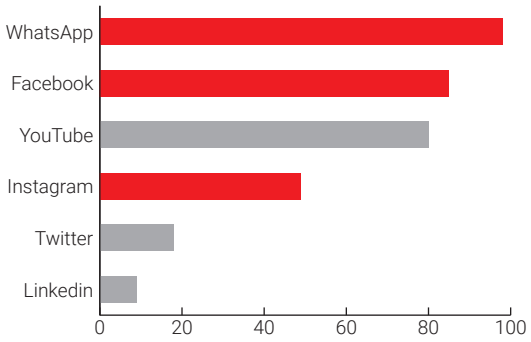
Los datos de la última Encuesta de Acceso y Uso a Internet en Chile 2017 de la SUBTEL[14] indican que las redes sociales más usadas en el país son: Facebook (87,4%), YouTube de Google (76,8%) e Instagram, también de Facebook (20%). Mucho más atrás aparecen Twitter, Snapchat, LinkedIn y Pinterest.

Al considerarse el factor edad, no hay muchas diferencias en estas preferencias de uso:

- El segmento de jóvenes de 16 a 29 años señala mayores preferencias de uso de Facebook (97,8%), YouTube (93%), Instagram (83,6%), Twitter (79,5%).
- El segmento adulto de 30 a 44 años da como preferencia a Facebook (96,5%), YouTube (87,9%), Twitter (70,3%) e Instagram (70,1%).
- En el segmento de adultos de 45 a 59 años las preferencias son Facebook (84,9%), YouTube (70,2%), Twitter (46,3%) e Instagram (44,2%).
- En el segmento de adultos mayores de 60 años, Facebook es la red social más usada con 64%, sólo un 46,4% usa YouTube.

Una encuesta sobre consumo de medios y redes sociales durante el período que se ha denominado como *"estallido social"*[15] (Facom, UC; 2019),[16] referido al ciclo de protestas y movilizaciones sociales que ocurre desde el 18 de octubre de 2019 en Chile, permite confirmar esta tendencia

Concentración en uso redes sociales



- 32% de las personas encuestadas usa diariamente Instagram más de 2 horas diarias
- 28% de las de las personas encuestadas usa diariamente Facebook más de 2 horas diarias

Anteriormente en marzo de 2019 fue presentada la encuesta de la serie "El Chile que

14. IX Encuesta, la última realizada hasta julio de 2020.

15. El llamado "estallido social" en Chile, se refiere al ciclo y período de protestas y movilizaciones sociales que se inicia el 18 de octubre de 2019 y que continuará hasta el primer trimestre de 2020. Uno de sus orígenes puntuales está en el alza de 30 pesos (U$0,04) de la tarifa del Metro de Santiago (transporte público) a partir del 6 de octubre de 2019, lo que activó acciones de evasión de pago por parte de estudiantes secundarios y que continuaron en meses posteriores con diversos disturbios, protestas y movilizaciones diarias en todo el país. Al redactarse este informe, este ciclo de protestas se había detenido por la contingencia de la pandemia del coronavirus.

16. Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2019). Estudio de opinión pública: Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile. Santiago, Chile: Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en http://bit.ly/EncuestaMediosFComUC

viene" sobre uso de redes sociales,[17] donde se incluye una investigación que considera el uso de cuatro generaciones de chilenas y chilenos: las llamadas generaciones "Z" (13-21 años), "Millenials" (22- 35 años), "X" (36 a 51 años) y "Baby Boomers" (52-71 años):

Las redes sociales con mayores frecuencias de uso por parte de las 4 generaciones en conjunto son:

- Facebook 39%
- Instagram 35%
- YouTube 18%
- Twitter 7%

En detalle para cada generación:

- El 86% de la generación Z utiliza la red social Instagram.
- En la generación Millenial, la red social más usada también es Instagram con 73% de uso.
- La generación X, mientras tanto, utiliza más Facebook (71%).
- Y en la generación Baby Boomers, las redes sociales más usadas por sus integrantes son Facebook (50%) y YouTube (19%).

17. La encuesta "El Chile que viene: uso de redes sociales" (2019) fue realizada por la empresa de estudios de mercado Cadem junto a la agencia digital Jelly y es parte de una serie de informes sobre tendencias de consumo y mercado. Está disponible para su descarga en https://www.cadem.cl/encuestas/el-chile-que-viene-uso-de-las-redes-sociales/

INDICADOR

6

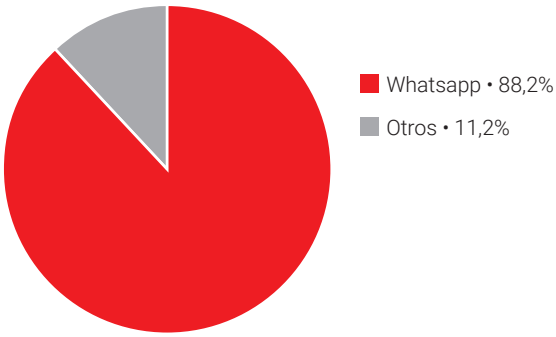
Porcentaje de total de usuarios de servicios de mensajería instantánea por Internet

Uso de mensajería instantánea

Según los datos de la IX Encuesta de Acceso y Uso a Internet de SUBTEL (2017) un 88,2% de las personas encuestadas usan WhatsApp (de la empresa Facebook) como sistema de mensajería instantánea.[18]

Los datos de las encuesta durante el estallido social (Facom, 2019) y de la serie "El Chile que viene" sobre uso de redes sociales de Cadem (2019), también muestran que en todos los grupos generacionales encuestados, el uso de WhatsApp es, al menos, superior al 70% en todo el país.

Concentración uso de mensajería instantánea



18. En esta encuesta, no aparece ningún otro sistema de mensajería mencionado.

INDICADOR 7

Porcentaje de uso de servicios, plataformas y aplicaciones utilizadas para acceder a noticias en Internet

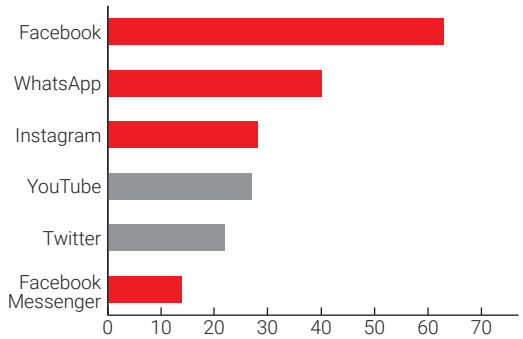
Acceso a noticias a través Internet

La encuesta sobre "Uso y Evaluación de Medios de Comunicación y Redes Sociales durante el estallido social en Chile" (Facom UC, 2019) señala que el 80% de las personas, en todos los rangos de edad, accede diariamente a noticias a través de redes sociales, incluyéndose en esta categoría WhatsApp, Facebook, YouTube, Instagram y Twitter.

De acuerdo a los datos aportados por el Reporte Digital News Report 2020 en su informe sobre Chile, por primera vez el acceso a noticias a través de redes sociales supera a la televisión:[19]

- Un 89% accede a noticias en plataformas online en general, ya sea medios digitales como redes sociales.
- Un 73% accede a noticias en redes sociales

Distribución soporte de acceso



En particular, el reporte rankea el uso de redes sociales para acceder a noticias de esta manera:

- Facebook - 63%
- WhatsApp - 40%
- Instagram - 28%
- YouTube - 27%
- Twitter - 22%
- Facebook Messenger - 14%

La encuesta "El Chile que viene" (2019), también pregunta por el uso de las redes sociales con la finalidad de "mantenerse informado, seguir noticias" y los datos indican que las preferencias de uso son:

- 50% lo hace por Facebook
- 20% por Twitter
- 10% por Instagram

En las cuatro generaciones consultadas, Facebook aparece como la plataforma favorita para mantenerse informado o seguir noticias.

19. La plataforma web del Digital News Report es http://www.digitalnewsreport.org/ , se trata de una iniciativa que realiza la Universidad de Oxford para el Centro de Estudios de Periodismo del Reuters Institute que se realiza en colaboración con otros centros académicos en unos 38 países. De acuerdo a lo que se explica en el reporte, la metodología consiste en realizar una survey/cuestionario que se envía online a personas de cada país. La edición 2020, fue entre enero - febrero de 2019 con una actualización en el año 2020, donde se mantienen varias tendencias. Se indica que las muestras en cada país se reunieron utilizando cuotas representativas a nivel nacional por edad, género, región y educación. Los datos también se ponderan en función de los objetivos basados en datos del censo / aceptados por la industria.

INDICADOR

8

Porcentaje de uso de servicios, páginas, sitios web o aplicaciones online identificados como medios de comunicación utilizados como fuentes de noticias e informaciones de interés público

Fuentes de noticias en Internet

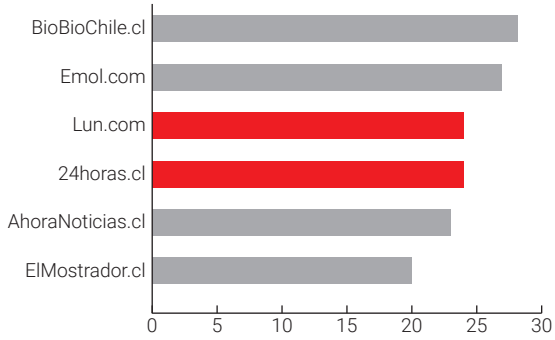
Al observar el ranking presentado por el informe sobre Chile del Digital News Report (2020), la tendencia muestra que en los primeros lugares de sitios web de noticias o medios online hay "medios tradicionales" que ya existen como diarios impresos, emisoras de radio o noticieros de televisión:

- BioBioChile.cl, concentra el 28% de las preferencias de uso semanal.[20]
- Emol.com, que es el medio digital del diario impreso El Mercurio de la familia Edwards, concentra 27% de las preferencias de uso semanal.
- Lun.com[21] y 24horas.cl tienen, ambos, el 24% de las preferencias en el uso semanal
- AhoraNoticias.cl, tiene el 23%.[22]
- ElMostrador.cl, tiene el 20%.[23]

Dos servicios del Grupo Mercurio (Emol.com y Lun.com) acumularon un 51% del acceso de usuarios que buscan o reciben noticias o información, manteniendo el lugar destacado que tienen la conformación de la agenda informativa del país, también en los medios digitales.

Estos datos se ven reforzados por las métricas que entrega la empresa Alexa.com que

Concentración uso fuentes de noticias



se especializa en tráfico web. En una consulta a la plataforma, en los primeros 6 lugares de la lista de los 50 sitios web con más tráfico y tiempo de permanencia en junio 2020 en Chile, 3 son de medios de comunicación, superando a visitas a Facebook, Netflix, Wikipedia y Amazon, y sólo superadas por Google y YouTube.[24]

- Puesto 3: BioBiochile.cl, con 2,47 de páginas visitadas diariamente estimadas y 26,8% del tráfico desde búsquedas web
- Puesto 5: Lun.com con más de 2,24 de páginas visitadas diariamente estimadas y 11% del tráfico desde búsquedas web
- Puesto 6: Emol.com con 3,18 de páginas visitadas diariamente estimadas y 10.60% del tráfico desde búsquedas web

Youtube.com aparece en el segundo lugar de sitios web con mayor tráfico, después de google.com y la plataforma netflix.com aparece en el décimo segundo lugar.

20. BioBioChile.cl es la plataforma online de la radio Bío Bío propiedad de la familia Mosciatti de esa región en la zona centro sur del país. Su web es una mezcla de radio online con noticias online.

21. Lun.com es la versión online del diario impreso LUN (Las Ultimas Noticias), también parte del grupo El Mercurio - Familia Edwards.

22. Ahoranoticias.cl es la plataforma online de noticias del canal de televisión privada Mega de propiedad del holding Bethia.

23. ElMostrador.cl es uno de los primeros diarios online o nativos digitales en Chile. Es de propiedad de la sociedad LaPlaza S.A.

24. https://www.alexa.com/topsites/countries/CL

Conclusiones del informe

El análisis de la información disponible para identificar si existe concentración en Internet en manos de pocas empresas en Chile muestra evidencias contundentes que pueden resumirse de la siguiente manera:

1 Acceso a Internet fija

Cuatro empresas concentran el acceso a servicios de Internet fijo en 85,8% (CR4), si se suma la participación de Movistar, VTR, Claro y GTD. Pero sólo dos de estas empresas (CR2) acumulan el 64,7% de los contratos (Movistar y VTR).

2 Acceso Internet móvil

Cuatro empresas concentran el 97,3% del mercado de acceso a servicios de Internet móvil en Chile (Entel, Movistar, Claro y Wom).

3 Navegadores web

Google es la empresa dominante en el uso de navegadores de Internet, ya que es utilizado por el 80% de los/as internautas de Chile.

4 Motores de búsqueda

Google es una empresa monopólica en el sector de motores de búsqueda en Internet. El buscador de esta empresa norteamericana es utilizado por el 98,11 % de las personas que buscaron información en Internet.

5 Redes sociales

Facebook (87,4%), YouTube de Google (76,8%) e Instagram (20%), también de Facebook, son las redes más usadas en Chile, configurando un escenario dominado por sólo dos corporaciones transnacionales.

6 Mensajería instantánea

WhatsApp (propiedad de Facebook) concentra el 88,2% del uso de aplicaciones de mensajería instantánea e Chile.

7 Acceso a noticias en Internet

Entre un 73 a 80% de las personas, según la fuente, accede diariamente a noticias a través de redes sociales y mensajería de Internet. Los servicios de Facebook concentran las principales vías de acceso a noticias: Facebook (63%), WhatsApp (40%) e Instagram (28%).

8 Fuentes de noticias en Internet

A pesar del desplazamiento del consumo de contenidos a Internet, los sitios de medios de prensa “tradicionales” aparecen como los más mencionados para acceder a noticias, destacándose El Mercurio (quien integra un duopolio en el mercado de prensa escrita) y la radio BioBio.

Análisis

Una Internet concentrada, en tiempos de crisis

por Patricia Peña Miranda

"En el siglo XXI, la digitalización y los procesos de convergencia contribuyen a profundizar la concentración (de medios), lo cual demuestra que más medios, pantallas y tecnologías no crean esa *utopía* de la diversidad porque lo que importa es quién es el propietario, cuáles son sus intereses y cómo se convierten en dominantes en la enunciación pública. Ahora el panorama es más opresivo porque la digitalización ha fomentado el surgimiento de nuevos productores globales monopólicos como Facebook y Google que amenazan la tradicional fortaleza económica de los grupos concentrados latinoamericanos. Y este proceso de convergencia entre telecomunicaciones y medios de comunicación obliga a pensar en la necesidad de revisar las viejas regulaciones por su obsolescencia en relación con cómo evolucionan las industrias que son objeto de regulación (...) eludir el problema de la concentración impide comprender una parte decisiva del funcionamiento de los flujos de información, entretenimiento y comunicación en el presente" (Rincón, O; en Becerra, M; Mastrini, G, OBSERVACOM 2017).[25]

Latinoamérica tiene dentro de los desafíos de construcción de sus democracias, promover el pluralismo y la diversidad en el ámbito de los medios y las comunicaciones. En general, en las últimas tres décadas la situación ha sido la concentración y privatización de la industria de los medios, existiendo figuras de concentración cruzada de medios en manos de grupos y holdings empresariales (dueños de medios impresos, canales de televisión y radios) (Becerra, Mastrini, 2017)

La llegada y masificación de Internet era una promesa de romper esas lógicas de concentración de medios, por lo tanto de aumentar el acceso a una diversidad y variedad de fuentes de información y noticias de sectores, temas y actores sociales, políticos, económicos, culturales que no entraban en la agenda de los medios tradicionales.

Sin embargo, como indica el informe del Digital News Report 2019 (Reuters Institute- Oxford University),[26] esto no estaría ocurriendo, porque la tendencia en los últimos años personas en todo el mundo acceden a las noticias digitales no directamente a los sitios web de medios de prensa, sino a través de plataformas de las redes sociales que se han convierten y se significan como *"kioskos distribuidores digitales"* de noticias. Lo importante de este punto, es que el sector y la industria de medios comienzan a depender de la distribución y posicionamiento que hacen estas plataformas de redes sociales y quedan bajo las decisiones de sus políticas de uso y de los algoritmos que comienzan a activar para potenciar los diferentes tipos de contenidos que se publican en estas:

25. Rincón, O., en Becerra, Mastrini 2017, La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores /. - 1a ed. - Bernal: Universidad Nacional de Quilmes; OBSERVACOM, 2017.

26. El Digital News Report, es una iniciativa que realiza la Universidad de Oxford y el Centro de Estudios de Periodismo del Reuters Institute que se realiza en colaboración con otros centros académicos en unos 38 países, desde el año 2012 y que busca estudiar las tendencias sobre el consumo de noticias e información en el mundo . El Reporte del año 2019, que incluyó Chile, se puede descargar en la web https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf

"Una de las mayores implicaciones del cambio a las noticias en línea ha sido el debilitamiento de la relación directa entre lectores y editores. En todos nuestros países, solo el 29% ahora dice que prefiere acceder a un sitio web o una aplicación directamente, un descenso de 3 puntos porcentuales respecto al año anterior. Más de la mitad de nuestra muestra combinada (55%) prefiere acceder a las noticias a través de motores de búsqueda, redes sociales o agregadores de noticias, donde las grandes empresas tecnológicas suelen implementar algoritmos en lugar de editores para seleccionar y clasificar las historias" (Digital News Report, 2019 p 14).

Mientras hace una década atrás, uno de los problemas centrales era cómo hacer que Internet fuera una tecnología accesible en lugares y sociedades en los que aún era un lujo, pasamos a un momento en que sólo un grupo de empresas que actúan como puertas de entrada y filtro a contenidos e informaciones que circulan y distribuyen a través de plataformas, que en realidad son corporaciones tecnológicas o "los dueños de Internet", como lo llama N. Suazo (2018): Google (o Alphabet, dueña también de YouTube), Facebook (dueña también de Instagram y WhatsApp y de otros servicios como streaming en vivo, videojuegos online, y comunidades de trabajo), Apple (dueña de aplicaciones para acceso a noticias y contenidos de música y audiovisuales, Amazon (que además de un gigante en servicios de logística y delivery, lo es de almacenamiento de data y servicios nube, también está posicionando su plataforma de streaming de contenidos audiovisuales, entre otros servicios).

Entonces, cómo responder a las preguntas: ¿es que existe concentración en Internet?, ¿a qué podemos denominar concentración de Internet: de las empresas que proveen servicios y de los tipos de servicios que ofrecen para encontrar desde noticias a música?, ¿qué dimensiones o indicadores implicaría hablar de una concentración de Internet?

Este informe de Chile, busca ser una primera propuesta para configurar respuestas a estas preguntas. Si bien la investigación comenzó en 2019, durante el proceso ocurren dos contingencias que marcan también la centralidad del impacto de Internet y el uso de las redes sociales en particular: el ciclo de protestas y movilizaciones sociales que se activa el 18 de octubre de 2019, denominado "estallido social" y luego la situación de la pandemia de coronavirus, desde marzo 2020. Datos de la Subsecretaria de Telecomunicaciones (SUBTEL) a mayo de 2020, señalan que en el primer trimestre de (enero – marzo) de este año el tráfico de Internet fija y móvil creció 40% (SUBTEL, 2020).

El ciclo de protestas y movilizaciones sociales (o "estallido social" o también conocido por los hashtags #ChileDesperto #ChileDespierta) se mantendrá activo hasta marzo de 2020, y sus causas no sólo tienen que ver con una demanda específica sino que con un cuestionamiento al modelo neoliberal de desarrollo socioeconómico que se ha mantenido desde el retorno a la democracia y con una serie de demandas sociales, que incluyen desde el cambio de la constitución vigente desde la década de los 80 hasta el derecho al agua.[27] Las encuestas de opinión pública han constatado la caída en el apoyo y las confianzas no sólo a la actual administración del gobierno de Sebastián Piñera, los partidos políticos, las instituciones públicas, sino que también a los medios de comunicación y la prensa, en particular la televisión y la prensa escrita. Durante este período, como lo señalan algunas de las encuestas referidas en este informe, van a dar cuenta del mayor aumento en el uso de redes sociales en general (Grassau, *et al*, Facom UC, 2019)), porque estas serán utilizadas no sólo para opinar o buscar información sobre lo

27. Para una cronología de todo este período de protesta social de octubre 2019 a enero 2020, ver las publicaciones de artículo Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Protestas_en_Chile_de_2019-2020; cobertura informativa de DW en español https://www.dw.com/es/la-cronolog%C3%ADa-del-estallido-social-de-chile/a-51407726 y la web EstallidoSocial.com https://estallidosocial.com/

que está ocurriendo, sino que para compartir y difundir una cantidad no registros fotográficos y audiovisuales de lo que está ocurriendo en los territorios, ya sea desde cuentas de personas como de medios o colectivos informativos comunitarios, independientes, con registros audiovisuales de las movilizaciones y protestas que ocurren en todo el país, y en particular denuncias sobre violaciones a los derechos humanos, desde la dictación estado de emergencia (y toque de queda) y la represión (casi a diario) de las protestas callejeras (por parte de Carabineros o la policía. Con cuatro informes sobre la situación de derechos humanos en Chile, a la fecha hay más de tres mil personas heridas y más de 400 personas que tienen lesiones oculares severas. Una situación que la Comisión Interamericana de Derechos Humanos – CIDH calificó luego su *visita in loco como* "grave crisis de derechos humanos".[28]

La segunda situación, tiene que ver con la crisis sanitaria de la pandemia del coronavirus desde marzo de 2020, cuando se detecta el primer caso en el país y que termina con la dictación de una serie de cuarentenas obligatorias que obligan a millones al confinamiento en casa, con una crisis socioeconómica que se agrava y donde nuevamente la estrategia sanitaria y de contención de la pandemia por parte de las autoridades de gobierno se ha puesto en tela de juicio, al no lograr su objetivo. Buena parte de las discusiones públicas, de los cuestionamientos de parte de expertas y expertos, especialmente del área de salud pública, de datos y epidemiología, ocurre a través de redes sociales o en medios digitales que nuevamente se han posicionado junto a la televisión como fuentes de información.

Ambas situaciones, tendrán un correlato y se verán reflejadas en los datos que muestran la asociación de "ver noticias en redes sociales" a informarse a través de lo que llega vía grupos o contactos de WhatsApp y/o Facebook, Instagram o YouTube. Las encuestas y estudios referidos, no especifican en detalle en sus preguntas, qué tipo de cuentas se siguen en las redes sociales, personas, organizaciones o medios de tipo independientes, alternativos, comunitarios, pero es importante señalar en este período hay un incremento en el seguimiento en redes sociales, no sólo a las cuentas oficiales de los medios periodísticos comerciales, sino que además de cuentas de personas que comparten información, registros especialmente a la de medios comunitarios e independientes, colectivos informativos que están en y desde los territorios y al surgimiento de nuevos proyectos informativos en todo el país, que tienen en común, operar dependiendo de su presencia en páginas de Facebook, para transmisiones en vivo o con cuentas y transmisiones vía Instagram TV, en canales de YouTube, entre otros.

Hace dos décadas, menos de un 50% de la población chilena contaba con acceso diario a conectarse a Internet (PNUD, 2006), lo que ocurría mayormente desde una conexión en el hogar o lugar de estudio, utilizando una computadora para conectarse. Hace una década en Chile, comenzó a notarse el impacto de la política pública de telecomunicaciones, coordinada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) en el primer mandato de la administración del presidente Sebas-

28. Para un detalle de la situación heridos, fallecidos en el período revisar los informes y reportes del Instituto de Derechos Humanos de Chile (INDH), especialmente desde octubre 2019 a mayo 2020 en su sitio web https://www.indh.cl/archivo-de-reportes-de-estadisticas/. También se puede revisar el Informe de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos - CIDH, luego de la visita in locco a Chile (enero 2020) http://www.oas.org/es/cidh/prensa/comunicados/2020/018.asp , el Informe de Amnety International - Chile (noviembre 2019) https://amnistia.cl/noticia/chile-politica-deliberada-para-danar-a-manifestantes-apunta-a-responsabilidad-de-mando/, el informe de Human Rights Watch https://www.hrw.org/es/news/2019/11/26/chile-llamado-urgente-una-reforma-policial-tras-las-protestas y el Informe de la Visita de la Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los DDHH en https://acnudh.org/chile-informe-describe-multiples-violaciones-de-derechos-humanos-y-llama-a-reformas/

tián Piñera (2010-2014), que abrió la entrada a los llamados operadores virtuales móviles (OVM), que incluyeron en sus planes la conectividad a Internet, buscando hacer más competitivo los precios de un mercado que se calificaba como de alto precio (y mala calidad de servicio). Actualmente cifras de la SUBTEL (2018) indican que más del 90% de los accesos a Internet ocurren gracias al teléfono móvil y particularmente en el primer trimestre de 2020 el tráfico de Internet móvil aumentó en 40% (SUBTEL, 2020), lo que implica una sociedad que se vuelva en la dependencia de la conectividad digital y como lo hemos revisado en los datos, en la dependencia del uso de plataformas de redes sociales, en especial para recibir y acceder información que permita entender lo que está pasando.

Un punto clave en este proceso tiene que ver, entonces, con dimensionar los procesos asociados a lo que se está llamando la "privatización de Internet", del modelo anárquico y descentralizado que permitió de desarrollo y diseño abierto y en red, y especialmente en relación al modelo de la denominada Gobernanza de Internet (De Nardis, 2010).

El debate actual pone al centro la discusión crítica sobre las consecuencias que tiene un modelo de Capitalismo Big Tech, como lo llama E. Morozov (2018) o la Economía de la Atención, como argumenta M. Peirano (2019) en relación a la dependencia que existe en la sociedad digital de hoy de estas empresas y plataformas tecnológicas en prácticamente cada aspecto de la vida de billones de personas conectadas a estas, donde también se cuestiona el uso de los datos personales y privacidad que deja la llamada "huella digital" del uso cotidiano de teléfonos móviles, aplicaciones y cualquier interacción digital, al ser la base de un modelo de un modelo de negocios basado en el perfilamiento de usuarias/usuarios como consumidoras/es.

Pero también, como ha señalado OBSERVACOM, tiene que ver con el rol central que tienen estas empresas y sus plataformas en relación a cuestiones básicas del derecho la comunicación, como la circulación de las llamadas "fake news" o noticias falsas generadas con el propósito de desinformar y al efecto denominado como "burbujas filtros" (Pariser, 2017).

En particular, esta situación pone nuevos riesgos para la libertad de expresión, ya que Google, Facebook o YouTube asumen hoy un rol de autorregulación en base a políticas de publicación y términos – condiciones de uso que han definido ellas mismas y más específicamente en el uso intensivo de algoritmos que finalmente están siendo usados para la bajada de contenidos publicados, por violar aspectos como la exhibición de cuerpos desnudos o lenguaje violento, o filtrar el tipo de contenidos que ve pasar una persona en su línea de tiempo de publicaciones o que le muestra la plataforma como contenido que le gustaría ver o consultar. Ninguna línea de tiempo o muro de publicaciones será igual para una persona que para otra, incluso en una misma ciudad.

Ese es el desafío de comprender cuáles son las consecuencias e impacto en las dimensiones sociales, culturales, educativas, políticas que está teniendo esta situación de concentración de Internet en unas pocas empresas y compañías tecnológicas, con sus reglas y políticas, normas, términos y condiciones de uso, y no en una red que era promesa de democratización de acceso a información , conocimiento, comunicación y posibilidades de acceder a cultura, educación, entretención y servicios, con y desde la diversidad. Una Internet libre, abierta y accesible para todas, todos y todes ■

Apuntes Metodológicos

Consideraciones sobre la construcción de nuestros indicadores

por Patricia Peña Miranda

Los indicadores presentados en el informe deben considerarse como un primer acercamiento en cuanto a datos o estadísticas, ya que no se desarrolló un trabajo de producción o investigación de producción propia, sino que se tomaron los datos de fuentes referenciales, estudios o encuestas actualizadas a la fecha o empresas intermediadoras de datos y estadísticas de tráfico web.

En el indicador de uso de navegadores y motores de búsqueda

Estos dos indicadores son complejos de definir, ya que en muchos estudios o encuestas se pregunta de manera general "*cómo se busca información en Internet*" y generalmente se confunde el concepto de navegador web con el de motor de búsqueda en la web, como ocurre en el caso de Google. Las personas generalmente no hablan de qué usan para navegar en Internet, el navegador Chrome sino que simplemente Google.

Los datos existentes en estudios o encuestas nacionales o referenciadas desde fuentes terceras para medir el uso de navegadores web y motores de búsqueda, son escasos y bastante generales. Por ello, se tomó como referencia la información de la empresa Statcounter.com, de Global Stats especializada en métricas y tráfico web, que a través de su plataforma permite ver mediciones específicas en relación al uso de navegadores en computadores, móviles y tablets y consolas.[29]

Sobre datos de uso de redes sociales

En Chile, la fuente más oficial en este tipo de estudio es la Encuesta de Acceso y Uso a Internet que realiza la Subsecretaría de Telecomunicaciones - SUBTEL, con una muestra basada en hogares.

Cuando se estudia en específico a qué redes sociales que conocen y usan las personas, hay también hay detalles que analizar. Primero, muchos estudios o encuestas confunden el concepto de plataformas de "redes sociales" (en inglés social networking) con las plataformas de "social media" (de medios que permiten publicar videos o posteos online, como YouTube o Tumblr). Por ejemplo, se entiende que las plataformas de redes sociales más conocidas son Facebook, Instagram, pero si se hace un estudio tipo encuesta o survey generalmente se les menciona a las personas como opciones de respuestas: WhatsApp, YouTube o incluso Google como concepto general y no realizando estas distinciones

Luego, las fuentes de acceso a la información pueden ser por fuentes de empresas de estudios y servicios de tráfico y analítica web o de social media (redes sociales), como Comscore o Alexa, que toman los datos de las conexiones que se hacen desde los dispositivos de conectividad a las plataformas, o bien por estudios que realizan encuestas (de tipo survey) a las personas directamente.

Sobre fuentes de acceso a noticias en Internet

Este indicador también es complejo de caracterizar y definir. Uno de los procesos de cambio que está ocurriendo con las nuevas formas de acceso y consumo de información

29. Estos datos se pueden consultar en la plataforma web de Statscounter Global Stats en la url http://gs.statcounter.com/

y también desinformación (llamada también por el concepto de fake news – noticias falsas), a través de dispositivos digitales, tiene que ver con este punto crítico. Comprender qué se entiende por "noticia" hoy es fundamental, porque ya no tiene que con la relación de audiencias – públicos que van a "ver, leer, escuchar" noticias en medios tradicionalmente análogos. La "noticia" llega hoy en un mensaje de WhatsApp – aunque las personas no lo haya buscado, o se encuentra o se ve en el muro de redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram que funcionan y actúan como los nuevos distribuidores o kioskos. Está disponible 24x7 en el móvil.

Estas "noticias" pueden venir de una fuente noticiosa periodística como un medio de comunicación tradicional, pero otro cambio importante que ocurre es que una "noticia" no necesariamente está asociada a su producción y publicación por un medio porque hay diversidades de emisores y fuentes de información noticiosa: desde organizaciones sociales a partidos políticos. Esta es la tendencia la que comienza a destacar, al utilizar, por ejemplo, las plataformas de redes sociales como espacios, medios y formas de distribución de contenidos.

Luego, considerando este proceso, los datos que se pueden observar, para sistematizar de nuevo hay que considerarlos dependiendo de su fuente o referencia. Si la fuente que estamos referenciando es una encuesta – survey tradicional, podemos observar si la pregunta que se ha hecho a las personas usa fórmulas como: ¿puede indicarme de la lista a continuación, dónde se informa? o puede ser ¿dónde revisa noticias? Si en esa lista se pone simplemente Internet frente a otros medios, o si se lista en la misma condición a medios de prensa específicos y a redes sociales como Facebook o sistemas de mensajería como WhatsApp, se puede generar una confusión ■

Ficha Técnica

Fuentes de datos

- **Informe Sector Telecomunicaciones,** 1er semestre 2020 Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL), Chile, Mayo 2020 Disponible en https://www.SUBTEL.gob.cl/wp-content/uploads/2020/06/PPT_Series_MARZO_2020_V1.pptx
- **IX Encuesta de Acceso y Uso de Internet en Chile 2018,** Subsecretaría de Telecomunicaciones Chile, disponible en la url https://www.SUBTEL.gob.cl/wp-content/uploads/2018/05/ppt_usos_may2018.pdf
- **Digital News Report,** Reuters Institute- Oxford University, 2020
    - Reporte Completo, disponible https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
    - Reporte para Chile, preparado por Francisco Fernández y Enrique Nuñez, Universidad Católica de Chile, disponible en http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/chile-2020/
- Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2019). Estudio de opinión pública: Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile. Santiago, Chile: Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en http://bit.ly/EncuestaMediosFComUC
- **Encuesta El Chile que Viene:** Uso de Redes Sociales, Cadem, 2019
  Está disponible en https://www.cadem.cl/encuestas/el-chile-que-viene-uso-de-las-redes-sociales/
- **Plataforma GlobalStatsdeStatscounter.com**
  Search Engine Market Share - Chile, disponible en https://gs.statcounter.com/browser-market-share/all/chile
- **Browser Market Share- Chile**
  http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/chile.
  *Las consultas en los sistema de despliegue de datos - chart fue realizada para el período junio2019 – junio 2020.
- **Ranking TopSites Alexa.com**
  Plataforma de consulta online disponible en la web https://www.alexa.com/topsites/countries/CL

Ficha Técnica

Fuentes Bibliográficas

Becerra, M; Mastrini, G (2017); *Concentración Infocomunicacional en América Latina: nuevos medios (2005-2015)*, Universidad Nacional de Quilmes Editorial- OBSERVACOM

Suazo, Natalia (2018), *Los Dueños de Internet*, Editorial PenguinRandom House- Debate, Buenos Aires

Morozov, Evgeny (2018), *Capitalismo Big Tech: ¿welfare o neofeudalismo digital?*, Editorial Enclave, Madrid

Pariser, Eli (2017), *El Filtro Burbuja: Cómo la Red decide lo que leemos y lo que pensamos*, Editorial Taurus

Peirano, Marta (2019), *El Enemigo Conoce el Sistema: manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*, Editorial PenguinRandom House- Debate, Madrid

¿Hay concentración en Internet en América Latina?

El caso Chile

DICIEMBRE 2020

OBSERVACOM
Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia

FRIEDRICH EBERT STIFTUNG